

Lettre mensuelle d'informations du "marketing at retail"



Edito

En 2009, la PLV a été durement touchée (-11,8%) dans la crise du marché de la communication (-9%). L'effondrement du marché de la cosmétique et la crise publicitaire concourent à ramener la PLV vers des objets plus simples et le matériau de prédilection demeure le papier carton. En 5 ans la part du carton dans les projets PLV est passée de 21 % à 36% soit une augmentation de plus de 70%, *(Source Popai France)*. Il est à noter également que l'approche écologique et le respect environnemental contribue à l'essor du carton. CPI France, fabricant expert sur ce matériau, ne déroge pas à la règle avec une augmentation significative de sa production et des projets qui lui sont confiés.

PLV Multi-matériaux & Mobilier commercial

Chacun veut son Avatar ...



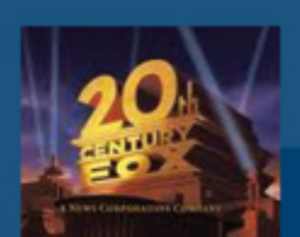
FICHE TECHNIQUE

Boxes fabriqués	1600 ex
Délai de fabrication	5 semaines
Contenance produits	250 et 500 unités de vente
Format	80 x 120 mm
Matériau	***100% carton***

LES CHIFFRES

Sortie cinéma	14.6 Millions d'entrées
Dvds vendus	1 150 000
BluRays vendus	350 000

UN RECORD ABSOLU



FOX PATHE EUROPA a de nouveau fait confiance à CPI France pour la création, la conception et la fabrication de son box événementiel pour la sortie vidéo de son film AVATAR.

Objectif : il s'agissait de poursuivre la magie d'Avatar en replongeant les shoppers dans l'univers du film et de créer l'événement en point de vente grâce à un box spectaculaire inédit. Ce box qui fonctionne seul et en îlot, permet une grande modularité de remplissage alliant les dvds et les BluRays.

Comme le précise Fréderic Olivier de Fox Pathé Europa :

«Le challenge particulier pour cette opération a été de fabriquer, avec 2 fois moins de temps, 1600 boxes événementiels dans un délai de 5 semaines. Ce qui nous a aidé c'est la création d'un seul modèle de box avec un graphisme qui a permis de donner l'illusion de 2 boxes différents lorsqu'ils sont assemblés.
De plus le box a été fabriqué avec un maximum de décors qui ont été pré collés en usine afin de faciliter le montage par l'entrepôt et dans les magasins.»

DIGital Media & Borne Interactive

Afin d'officialiser leur partenariat, CPI France & SCALA ont organisé le 10 Juin dernier un atelier débat sur le thème du « Digital Média au service du Point de Vente », plus de 70 responsables marketing y ont participé.

Au programme :
Panorama de l'affichage dynamique en Europe, étude de cas (banque, auto, téléphonie, luxe) sur différents réseaux et mode d'emploi des projets.

SIGnalétique Statique & Dynamique

CPI a déployé au sein du grand hôtel InterContinental de Paris la signalétique dynamique dédiée aux 18 salles de réunion reliées par 4 affichages séminaires. A l'accueil également, 2 écrans 40" affichent les tarifs des chambres, le cours du change, la météo du jour ainsi que des messages personnalisés.
L'intégration des écrans a bénéficié d'une attention toute particulière pour répondre aux hôtes les plus exigeants.

MERchandising & Logistique

Le 8 juillet 2010 de 19h à 21h, la GSMA organise un ***SAFARI Merch*** sur les Champs-Elysées.
Objectif : rencontrer le responsable du magasin et échanger sur les stratégies merchandising de la marque.

NESPRESSO.





Contact : Gilles KER gilles.ker@cpiglobal.com